

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah suatu penelitian yang bertujuan guna memudahkan peneliti untuk menyelesaikan penelitiannya dengan cepat dan dapat memecahkan permasalahan penelitian. Rencana penelitian merupakan gambaran secara mendetail tentang proses penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti untuk dapat memecahkan masalah.¹ Berdasarkan judul yang disusun oleh peneliti yaitu pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian susu coklat pada Susu Segar Karmila di Kota Kediri, metode penelitian yang digunakan ialah metode pendekatan secara kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif yaitu metode yang ilmiah untuk mendapatkan data yang valid guna membuktikan dan mengembangkan pengetahuan yang dapat memahami dan memecahkan masalah dalam bidang tertentu.² Jenis penelitian ini yaitu penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu memiliki sifat sebab dan akibat.³

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional yaitu petunjuk pada suatu variabel penelitian yang diukur. Hal ini sangat membantu peneliti untuk mengetahui baik atau buruknya konsep yang digunakan.

Dalam penelitian ini ada dua variabel penelitian, yaitu variabel *independent* dan variabel *dependent*. Berikut penjabarannya :

a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain dan menghasilkan akibat terhadap variabel lain yang umumnya berada pada urutan waktu yang terjadi terlebih dahulu.

¹ Sukardi, "Metodologi Penelitian Pendidikan", (Jakarta : Bumi Aksara, 2012), 68.

² Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D", (Bandung : Alfabeta, 2014), 55.

³ Sugiyono, "Statistik Untuk Penelitian", (Bandung : Alfabeta, 2012), 37.

Variabel ini disimbolkan dengan huruf “X”.⁴ Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel bebas yaitu produk (X_1) dan lokasi (X_2). Penjelasannya sebagai berikut :

1. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁵

Tabel 3.1
Indikator Penelitian Variabel X_1

Variabel	Indikator
Produk (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna : Susu coklat menyediakan berbagai varian rasa. 2. Penampilan : Susu coklat memiliki porsi cukup dan menarik. 3. Rasa : Susu coklat memiliki rasa yang pas dimulut dan tidak terlalu manis. 4. Aroma : Ciri khas susu segar dipadukan varian rasa coklat.

Sumber : West, Wood, dan Harger.⁶

Berdasarkan tabel 3.1 tersebut, indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu indikator produk. Dari indikator produk tersebut yang digunakan yaitu warna, penampilan, rasa, dan aroma.

2. Lokasi yaitu letak strategis sebuah gerai yang mudah dijangkau guna memaksimalkan laba.⁷

⁴ Nanang Martono, “Metode Penelitian Kuantitatif”, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), 57.

⁵ Ricky Panjaitan, “Pengaruh Produk, Promosi Penjualan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Kabupaten Jember”, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNEJ, 2019), 5.

⁶ Andreas Tanuel Adinugraha & Stefanus Michael H, “Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D’Cost Surabaya”, (Jurnal : Universitas Kristen Petra Surabaya, 2013), 643.

⁷ Risa Fadhila, “Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Toko LEO Fashion Karangjati Kabupaten Semarang)”, (Skripsi : Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2013), 38.

Tabel 3.2
Indikator Penelitian Variabel X₂

Variabel	Indikator
Lokasi (X ₂)	1. Akses : Mudah ditempuh. 2. Lalu lintas : Lokasi strategis. 3. Vasibilitas: Lokasi bisa dilihat dari jalan raya. 4. Lingkungan : Bersih dan nyaman.

Sumber : Tjiptono⁸

Berdasarkan tabel 3.2 tersebut, indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu indikator lokasi. Dari indikator lokasi tersebut yang digunakan yaitu akses, lalu lintas, vasibilitas, dan lingkungan.

a. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini disimbolkan dengan huruf “Y”.⁹ Dalam penelitian ini, variabel terikatnya keputusan pembelian (Y). Penjelasan sebagai berikut :

1. Keputusan pembelian yaitu penyelesaian masalah dalam kegiatan manusia guna memenuhi keinginan juga kebutuhannya.¹⁰

⁸ Fu’ad Sofyan Abimanyu, “Pengaruh Lokasi dan Produk Terhadap Keputusan Memilih Wisata Edukasi di Kota Blitar (Studi pada Pengunjung Wisata Edukasi Makam Bung Karno)”, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Kediri, 2019), 31.

⁹ Nanang Martono, “Metode Penelitian Kuantitatif”, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), 57.

¹⁰ Basu Swastha dan T. Hani Handoko, “Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen”, (Yogyakarta : BPF, 2012), 15.

Tabel 3.3
Indikator Variabel Penelitian Y

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah/ kebutuhan : Kesadaran produk yang dibutuhkan. 2. Pencarian informasi : Produk yang dibeli dari orang lain maupun sosial media. 3. Evaluasi alternatif : Membandingkan produk yang dibeli dengan pesaing lainnya. 4. Keputusan pembelian : Dengan melakukan pembelian pada produk. 5. Perilaku konsumen setelah membeli : Kepuasan maupun ketidakpuasan para konsumen terhadap produk tersebut.

Sumber : Kotler dan Kevin Lane Keller¹¹

Berdasarkan tabel 3.3 tersebut, indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu indikator keputusan pembelian. Dari indikator keputusan pembelian tersebut yang digunakan yaitu pengenalan masalah/kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah membeli.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu berada di tengah perkotaan tepatnya berlokasi di Jl.KH Wachid Hasyim No.161, Bandar Lor, Kec.Mojoroto, Kota Kediri. Sekitar 1,2 km dari Alun-alun Kota Kediri.

¹¹Marza Afrina, "Analisa Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)", (Jurnal : UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017), 31.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.¹² Populasi yaitu seluruh objek atau subjek pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu berkaitan pada masalah penelitian.¹³ Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Susu Segar Karmila Kota Kediri dengan jumlah yang tak terbatas.

2. Sampel

Sampel yaitu bagian karakteristik yang memiliki populasi. Sampel didefinisikan bagian dari populasi yang dapat dipilih menggunakan tata cara tertentu.¹⁴ Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* yang merupakan setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel.¹⁵ Kemudian teknik yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling* yaitu sampel yang diambil dengan tujuan tertentu. Seseorang yang diambil sebagai sampel dengan tujuan peneliti menganggap seseorang tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.¹⁶ Oleh karena itu, peneliti memilih sampel dari konsumen susu coklat pada Susu Segar Karmila Kota Kediri yang dijadikan sebagai sumber data.

Seperti yang kita ketahui bahwa pembelian Susu Segar Karmila masih belum diketahui. Maka untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan tabel Isaac dan Michael. Peneliti menggunakan taraf kesalahan 5% sehingga, peneliti mengambil sampel sebanyak 349

¹² Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung : Alfabeta, 2016), Cet-23, 80.

¹³ Nanang Martono, "Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder", (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011), 74.

¹⁴ Nanang Martono, "Metode Penelitian Kuantitatif", (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011), 74.

¹⁵ Suryani dan Hendryadi, "Metode Riset Kuantitatif (Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam)", (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015), 201.

¹⁶ Suryani dan Hendryadi, "Metode Riset Kuantitatif (Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam)", (Jakarta : Prenadamedia Group, 2015), 202.

responden pada konsumen susu coklat pada Susu Segar Karmila Kota Kediri karena populasinya tak terhingga atau tak terbatas.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber dan Jenis Data

Sumber data ada dua, data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang didapat langsung oleh responden dengan menggunakan kuesioner maupun angket.¹⁷ Misalnya dengan pengisian kuesioner maupun angket oleh responden dan kemudian didapat hasilnya berupa pertanyaan tentang variabel bebas (produk dan lokasi) dan variabel terikat (keputusan pembelian). Sedangkan data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui media perantara.¹⁸ Misalnya diperoleh dari buku, jurnal, media internet, laporan-laporan dari penelitian terdahulu serta informasi lain yang relevan dengan penelitian ini.

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data ini, agar bisa memperoleh data yang objektif, peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat maupun fasilitas yang dapat dipakai peneliti dalam mengumpulkan data dan dapat meringankan pekerjaan serta hasil yang lebih baik.¹⁹ Instrumen penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner atau angket.

¹⁷ Eko Putro Widoyoko, "*Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*", (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012), 33.

¹⁸ Asep Wibowo, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Handphone Samsung Galaxy Saries*", (Skripsi : Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2016), 48.

¹⁹ Eko Putro Widoyoko, "*Teknik Instrumen Penelitian*", (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012), 151.

G. Analisis Data

Analisis data yaitu proses pengukuran dan analisis data yang didapat secara langsung.²⁰ Untuk penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 21.0. Analisis data yang sudah terkumpul akan dianalisis. Berikut langkah-langkah analisis data :

1. Pemeriksaan data (*editing*)

Sebelum pengumpulan data dilaksanakan, pewawancara menjelaskan berkaitan dengan data yang dibutuhkan dalam praktiknya. Hasil kuesionernya bila sudah masuk dari responden dan terdapat kesalahan. Dengan begitu perlu dibutuhkannya *editing* guna memeriksa kesalahan. *Editing* yaitu pengecekan pada data maupun bahan yang didapat guna mengetahui catatan itu cukup baik atau tidak dan untuk dipersiapkan keperluan selanjutnya.²¹

2. Pembuatan kode (*coding*)

Coding yaitu pemberian kode atau tanda pada setiap data dengan kategori yang sama. Pengkodean dilaksanakan pada tiga variabel, yaitu : Variabel kesatu Produk (X_1), Variabel kedua Lokasi (X_2), dan Variabel ketiga Keputusan Pembelian (Y)

3. Memberi skor (*scoring*)

Scoring yaitu memberikan skor pada item-item.²² Proses tersebut memberikan angka terhadap lembar jawaban kuesioner di setiap subyek, tiap skor, dan tiap pertanyaan dari kuesioner yang sudah ditetapkan pada peringkat pilihan yaitu :

- | | |
|-----------------------|----------|
| a. Sangat Setuju (SS) | : skor 5 |
| b. Setuju (S) | : skor 4 |
| c. Kurang Setuju (KS) | : skor 3 |

²⁰ Nanang Martono, "*Metode Penelitian Kuantitatif (analisis isi data dan analisis sekunder)*", (Jakarta : Grafindo Persada, 2011), 19.

²¹ Windi Risti Anindia, "*Analisis Pengaruh Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*", (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2018), 85.

²² Ayu Lestari, "*Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Elzatta*", (Skripsi : UIN Raden Fattah, 2016), 29.

d. Tidak Setuju (TS) : skor 2

e. Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1

4. Penyusunan tabel (*tabulating*)

Tabulating yaitu membuat tabel yang didalamnya berisi data yang sudah dicantumkan kode dengan analisis yang diperlukan. Jawaban-jawaban yang sama akan dikategorikan sesuai prosedurnya.²³

5. *Processing*

Processing merupakan suatu proses dalam pengolahan, penghitungan maupun analisis pada data dengan menggunakan statistik.²⁴ Berikut teknik analisisnya yaitu :

a. Uji Validitas

Uji validitas berguna mengetahui apakah alat pengukur telah disusun secara validitas atau tidak. Uji validitas yaitu suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan maupun keabsahan.²⁵ Hasilnya ditunjukkan pada indeks sejauh mana alat ukur benar-benar mengukur apa yang diukur.²⁶ Uji validitas dilakukan untuk membandingkan r_{tabel} tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, hal ini nilai n yaitu jumlah sampel pada uji validitas. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan begitu, pertanyaan maupun indikator tersebut dinyatakan valid dan begitu sebaliknya. Dengan melihat valid maupun tidaknya disetiap item

²³ Iseini Suci Rahayu, “Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)”, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Kediri, 2020), 52.

²⁴ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, “Metodologi Penelitian Kuantitatif”, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), 171.

²⁵ Sunjoyo dkk, “Aplikasi SPSS untuk SMART Riset”, (Bandung : ALFABETA, 2013), 38-39.

²⁶ Dedi Nurdiansyah, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek ADIDAS di Bandar Lampung”, (Skripsi : Universitas Lampung, 2017), 33-34.

maka teknik yang dipakai yaitu analisa korelasi *person product moment*. Berikut terdapat rumusnya :²⁷

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi *person product moment*

x = skor setiap pertanyaan atau item

y = jumlah dari skor item

n = jumlah responden

a. Uji Reliabilitas

Reabilitas yaitu indeks untuk menentukan alat pengukur yang bisadipercaya maupun bisa diandalkan. Pengujian reabilitas memakai bantuan aplikasi SPSS. Skala kemantapan alpha diinterpretasikan dengan :²⁸

1. Nilai 0,00-0,2 yaitu sangat kurang reliabel.
2. Nilai 0,21-0,4 yaitu kurang reliabel.
3. Nilai 0,41-0,6 yaitu cukup reliabel.
4. Nilai 0,61-0,8 yaitu reliabel.
5. Nilai 0,81-1,00 yaitu sangat reliabel.

b. Uji Normalitas

Pengujian ini yaitu dengan melihat nilai residual terdistribusi normal maupun tidaknya.²⁹ Uji normalitas berguna menguji apakah kedua model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal maupun tidak.

²⁷ Lativa Dwi Septiansiya, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras (Studi pada Kios Bapak Samadun di Pasar Ngadiluwih)”, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Kediri, 2019), 45.

²⁸ Zelika Widiarta, “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Im3 (Studi Kasus pada Siswa Siswi MAN 4 Madiun)”, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Kediri, 2019), 61.

²⁹ Sunjoyo dkk, “Aplikasi SPSS untuk SMART Riset”, (Bandung : ALFABETA, 2013), 59.

Penelitian ini menggunakan regresi sederhana, dengan begitu asumsi yang digunakan yaitu uji normalitas. Dasar pengambilan keputusan guna mendekati kenormalan yaitu bila mean dan median sama dengan begitu, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal bisa dilakukan dengan berbagai cara, dengan melihat nilai *skewness* maupun nilai *kurtosis*.

Kurtosis (keruncingan), memiliki skala keruncingan yang dibedakan tiga kriteria yaitu³⁰ :

1. Bila nilai ($\alpha_4 < 3$), distribusinya yaitu *platikurtik* (sangat datar).
2. Bila nilai ($\alpha_4 > 3$), distribusinya yaitu *leptokurtik* (sangat runcing).
3. Bila nilai ($\alpha_4 = 3$), distribusinya yaitu *mesokurtik* (sedang).

Skewness (kemencengan), memiliki skala yang besar pada koefisien *skewness* dan memiliki ketetapan yaitu³¹ :

1. Bila koefisien *skewness* positif, distribusi frekuensinya akan positif maka kurva ke kanan.
2. Bila koefisien *skewness* sama nol, maka distribusi frekuensinya akan simetris.
3. Bila koefisien *skewness* negatif, distribusi frekuensinya akan negatif maka kurva ke kiri.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yaitu terjadinya korelasi dari residual guna pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut waktu.³² Menurut Arum Janie, cara umum yang digunakan mendeteksi autokorelasi pada regresi linier yaitu menggunakan *uji Durbin Watson* (DW). Suatu model regresi

³⁰ Zuraidah, “*Statistika Deskriptif*”, (Kediri : STAIN Kediri Press, 2011), 256.

³¹ V. Wiratna Sujarweni, “*SPSS untuk Penelitian*”, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2014), 52.

³² Albert Kurniawan, “*Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*”, (Bandung : Alfabeta, 2014), 158.

dinyatakan tidak mendapatkan permasalahan autokorelasi apabila $du < d < 4 - du$.³³

Dimana :

d = Nilai *Durbin Watson* hitung

du = Nilai batas atas atas / *upper Durbin Watson* tabel.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamatan yang lain. Dasar analisisnya yaitu :

1. Bila terdapat pola tertentu, contohnya titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang) melebar lalu menyempit, dengan begitu mengidentifikasi terjadinya heteroskedastisitas.
2. Bila tidak terdapat pola jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 terhadap sumbu Y, dengan begitu tidak terjadinya heteroskedastisitas.³⁴

e. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu meninjau ada atau tidaknya korelasi tinggi antara variabel bebas pada suatu model regresi linier berganda. Alat statistik yang sering dipakai dalam menguji gangguan multikolinearitas yaitu³⁵ :

1. Bila nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) tidak melebihi 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang 0,1, model akan terbebas multikolinearitas, $VIF = 1/tolerance$, bila $VIF = 10, tolerance = 1/10 = 0,1$, bila semakin besar VIF maka semakin kecil *tolerance*.

³³Dyah Nirmala Arum Janie, “*Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*”, (Semarang : Semarang University Press, 2012), 30.

³⁴ Dyah Nirmala Arum Janie, “*Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*”, (Semarang : Semarang University Press, 2012), 30.

³⁵ Sunjoyo dkk, “*Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*”, (Bandung : ALFABETA, 2013), 65.

2. Bila nilai koefisien korelasi antar variabel *independent* kurang 0,70, jadi bisa dikatakan bebas multikolinearitas. Namun, nilai korelasi lebih 0,70 akan terjadi korelasi sangat kuat pada variabel *independent* oleh karena itu terjadi multikolinearitas.
3. Bila nilai koefisien determinan, R^2 atau *Adjusted R²* diatas 0,60 namun tidak ada variabel *independent* yang mempengaruhi variabel *dependent*, oleh karena itu dapat dikatakan terjadi multikolinearitas.

f. Analisis Korelasi Berganda

Uji korelasi berganda bertujuan untuk mempengaruhi maupun berhubungan antar dua variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Rumus yang dipakai yaitu :

$$r_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2 \cdot r_{x_1y} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Keterangan :

- $r_{x_1x_2y}$ = korelasi ganda (*multiple correlate*)
- r_{x_1y} = korelasi *Product Moment* antara X_1 dan Y
- r_{x_2y} = korelasi *Product Moment* antara X_2 dan Y
- $r_{x_1x_2}$ = korelasi *Product Moment* antara X_1 dan X_2
- X_1 = variabel bebas (produk)
- X_2 = variabel bebas (lokasi)
- Y = variabel terikat (keputusan pembelian).³⁶

g. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang dipakai yaitu menjelaskan uji statistik regresi linier berganda (*multiple regression*) menggunakan program SPSS *windows* 21.0. Regresi linier

³⁶ Ridwan, "Dasar-dasar statistika", (Bandung : Alfabeta, 2013), 238.

berganda yaitu hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel *independent* dengan variabel *dependent*. Data yang sudah dikumpulkan lalu dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Persamaan regresi penelitian ini yaitu³⁷ :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

β_1 = koefisien untuk variabel produk

β_2 = koefisien untuk variabel lokasi

X_1 = produk

X_2 = lokasi

h. Uji Hipotesis

1. Uji F

Dalam uji ini, bertujuan untuk membuktikan variabel *independent* (X) secara bersama-sama berpengaruh pada variabel *dependent* (Y).³⁸ Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *independent* berpengaruh pada variabel *dependent* yang menggunakan tingkat signifikan 0,05.

Selanjutnya, bila menggunakan nilai probabilitasnya. Bila nilai probabilitas $< 0,05$ (tingkat signifikansi = 0,05) Jadi, variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* dan bila nilai probabilitas $> 0,05$ maka variabel *independent* tidak mempengaruhi variabel *dependent*.

³⁷ Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5”, (Semarang : Badan Penerbit Undip, 2011), 95.

³⁸ Irham Fahmi. “Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan”, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016), 88.

Bila diketahui hipotesis pada penelitian secara bersama-sama ditolak maupun diterima, maka terdapat hipotesis secara bersama-sama yaitu :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$; produk dan lokasi secara bersama-sama tidak berpengaruh pada keputusan pembelian.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$; produk dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian.

2. Uji t

Uji t bertujuan menguji variabel bebas (*independent*) secara parsial dan variabel terikat (*dependent*), apakah berpengaruh atau tidaknya. Caranya membandingkan besarnya t_{hitung} dan t_{tabel} maupun dengan memandang nilai signifikansinya.³⁹ Adapun ketentuan uji t ini yaitu :

- a. $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau taraf signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau taraf signifikan $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁴⁰

3. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel *dependent*.⁴¹ Dalam perhitungan korelasi determinasi ini guna mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (produk dan lokasi) untuk menjelaskan variabel terikat Y (keputusan pembelian). Kriteria pengujian $R^2 = 0$, berarti variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh pada variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, berarti 100% variabel bebas

³⁹ Dwi Priyatno, “Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non-Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendadaran Skripsi dan Tesis”, (Yogyakarta : Gava Media, 2012), 66.

⁴⁰ Anggaraini Eka Putri, “Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Rinso (Studi pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018)”, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Kediri, 2019), 50.

⁴¹ Ayu Lestari, “Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Elzatta”, (Skripsi : UIN Raden Fattah, 2016), 80.

berpengaruh kuat pada variabel terikat. Perhitungannya dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :⁴²

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

⁴² Bonaventura Efrian Antyadika, “*Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian(Studi pada Wong art Bakery & Cafe Semarang)*”, (2012), 83.